

Toplumsal Krize Dönüşen Orman Yangınlarında Sosyal Medya Üzerinden Ünlü Aktivizmi: Şahan Gökbakar Örneği

Şüheda Soğukdere

Öz

Sosyal ağlar, iletişim biçimlerimize getirdiği değişiklikler sebebiyle pek çok alanda olduğu gibi toplumsal dönüşümler de yaratmaktadır. Bu dönüşümlerden biri aktivizm alanında yaşanmıştır. Öyle ki aktivist hareketler de hayatımızdaki pek çok eylem gibi dijital ortama taşınmıştır. Bu çalışma ünlü bir kişinin toplumsal bir kriz anı olan 2021 orman yangınlarında gerçekleştirdiği aktivist hareketi incelemektedir. Felaket anında toplumsal fayda sağlamak amacıyla 'bağlantı' kuramsallaştırması çerçevesinde mevcut hayran kitlesini ve yetkililere ulaşma gücünü kullanarak ünlü bir kişinin sürece nasıl etki ettiği incelenmiştir.

Ünlü aktivizmi bağlamında değerlendirilen çalışmada amaçlı örneklem olarak seçilen komedyen Şahan Gökbakar'ın yangın sürecinde sosyal medya üzerinden kurduğu iletişim incelenmiştir. Gökbakar yangın söndürülene kadar Instagram'dan 45 canlı yayın gerçekleştirmiştir. Çalışma yangınlar söndürülene kadar yedi gün boyunca yapılan yayınlardan her günün en çok izlenen videosu ile sınırlandırılmıştır. Videolar çok modlu eleştirel söylem analizi yöntemiyle incelenmiştir. Çalışmanın bulgularına göre, ünlü kişinin canlı yayında ihtiyaç duyulan yardımı ve bölgeyi belirtmesinin akabinde gelen yardımlar sosyal medya aracılığıyla etkili bir iletişim kurulduğunu gösterirken, ünlünün yetkili kişiler tarafından da görünür olması sebebiyle ihtiyaç sahipleriyle yetkililer arasında köprü olduğu da anlaşılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Ünlü aktivizmi, Dijital ünlü aktivizmi, Dijital aktivizm, Sosyal medyada ünlü aktivizmi, Orman Yangınları

Araştırma Makalesi

Sakarya Üniversitesi SBE İletişim Bilimleri
Yüksek Lisans Öğrencisi
suhedasogukdere@gmail.com

Orcid No: 0000-0003-2227-2990
Makalenin Geliş Tarihi: 08.10.2021
Makalenin Kabul Tarihi: 22.11.2021
Makalenin Yayın Tarihi: 30.11.2021

Celebrity Activism Through Social Media In Forest Fires Turning Into A Social Crisis: The Case Of Şahan Gökbakar

Şüheda Soğukdere

Abstract

Social networks also create social transformations, as in many areas, due to their changes to our communication styles. One of these transformations has been experienced in the field of activism. So much so that activist movements, like many actions in our lives, have been moved to the digital environment. This study examines the activist movement of a famous person during the forest fires of 2021, a moment of social crisis. It has been examined how a renowned person affected the process To provide social benefit in the event of a disaster by using the existing fan base and the power of reaching the authorities within the framework of the 'connection' theorization.

In the study, which is evaluated in the context of celebrity activism, the communication of comedian Şahan Gökbakar, who was chosen as a purposeful sample, through social media during the firing process was examined. Gökbakar made 45 live broadcasts on Instagram until the fire was extinguished. The study was limited to the most-watched video of each day from the broadcasts made for seven days until the fires were extinguished. The videos were analyzed with the multimodal critical discourse analysis method.

According to the findings of the study, the aid received after the celebrity started the needed help and the region in the live broadcast shows that effective communication is established through social media, and it is also understood that the celebrity is a bridge between the needy and the authorities due to his visibility by the authorized persons.

Keywords: Celebrity Activism, Digital Celebrity Activism, Digital Activism, Celebrity Activism on Social Media, Forest Fire

Research Article

Sakarya University Communication Sciences
Graduate Student
suhedasogukdere@gmail.com

Orcid No: 0000-0003-2227-2990

Submitted: 08.10.2021

Accepted: 22.11.2021

Published: 30.11.2021

GİRİŞ

İnsanın sosyalleşmesinin temelinde iletişimin yatması, iletişim alanındaki bir değişikliğin domino taşı etkisiyle sosyal alandaki pek çok noktayı değiştirmesine sebep olmuştur. Bu doğrultuda fiziki ortamda da varlığını sürdürmesine rağmen, dijital ortamda çok hızlı ve etkili şekilde kendine yer edinen aktivist hareketler de bu dönüşümün yoğun olarak görüldüğü bir alan olmuştur. Sosyal medya, insanların eş zamanda binlerce insanla, binlerce mesaj paylaşımında bulunabilmesini sağlamıştır (Öztürk, 2015, s.288). Zaman ve mekandan bağımsız şekilde çok hızlı ve ucuz biçimde geniş kitlelere ulaşılmasını sağlayan sosyal medya, aktivist hareketler için önemli bir alan olmuştur. Bu noktada mevcut hayran kitlelerini, kendilerini takip eden ana akım medyayı ve yetkili kurum ve kuruluşları etkileme gücüne sahip olan ünlü kişiler de dijital ortamda aktivist eylem ve söylemlerde bulunmaktadır. Ünlüler tarafından sosyal medya kullanımı, ünlülerin kendi kamusal kişiliklerini üretmelerinin temel bir faktörü olmuş, sosyal medya aracılığıyla hayranlar da ünlülerle doğrudan iletişim kurabilir pozisyona gelmişlerdir (Duvall ve Heckemeyer, 2018). Sosyal ağlarla kurum ve kuruluşları devreden çıkartıp bireysel olarak, mevcut kitlelerine erişebilir, ya da mevcutt kitleden gelen talepleri yetkililere iletebilir hale gelmişlerdir. Bu durum, ünlü kişiler için bir güce dönüşmüştür ve bunu farkında olan isimler, bu gücü yeri geldiğinde kullanabilmektedir. Bu bağlamda toplumsal fayda sağlamak amacıyla, ünlülerin sosyal medyadan bir yardım kampanyası başlattığı, bir ihtiyaç sahibini görünür hale getirdiği ya da bu çalışmada incelendiği gibi, toplumsal bir kriz anında sorunun çözümüne odaklı hareketlerde bulunduğu görülmektedir.

Sosyal Medyanın Gelişimi ve Kullanıcı Türevli İçerik Üretimi

Yeni medya teknolojilerinin ortaya çıkardığı en önemli unsur hiç kuskusuz sosyal medya olmuştur. Sosyal medya internet ve bilgisayar teknolojilerinin eş zamanlı gelişimi ile birlikte gündelik hayatımıza derinlemesine girmiştir. Medyayı 'sosyal' yapan faktör internetin web 2.0 yazılımıyla gerçekleşmiştir. Söz konusu yeniliğin isim babası da olan Tim O'Reilly' e göre bu teknoloji "ağın daha çok insan tarafından kullanılabilmesi için yeniden programlandığı bir işletme devrimidir ve bizlere sunduğu en büyük getiri, içeriğin mikro boyutlara indirgenmesidir" (O'Reilly'den akt., Kara, 2013, s.29.) Web 2.0 kullanıcıyı O'Reilly'nin de sözünü ettiği gibi daha çok insanın kullanımına olanak sağlayarak, kullanıcıyı pasif olmaktan çıkarıp aynı zamanda aktif hale de getirmiştir.

Erken sosyal medya döneminde elbette bugünkü kullanım amaçları ve sayıları oluşmamış, sosyal medya daha çok ilkokul arkadaşlarının bulunup konuşulduğu ya da web sitelerindeki içeriklere yorumların bırakıldığı bir mecra işlevi görmüştür. Görsellik ve etkileşimli sayfaların cazip hale gelmesiyle birlikte kullanıcılar bu platformlara yönelmişler ve böylece söz haklarını daha da genişleterek bilgi, düşünce ve fikir paylaşımlarının yapıldığı forumlar, bloglar ve mikro bloglar kurulmasını sağlamışlardır (Rizanaj, 2020, s.54-55). Bilgisayarların küçülüp ceplere girmesi ve internetin kablosuz teknolojiyle kullanımının gerçekleşmesi sosyal medya platformlarının da yaygınlaşıp kullanıcı sayısını katlamasını sağlamıştır. Christian Fuchs sosyal medyayı tanımlarken; kolektif eylem, iletişim, topluluklar, bağlantı/ağ, işbirliği/ortaklık, kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin yaratıcı üretimi, oynama ve paylaşma ifadelerini kullanmıştır (Fuchs, 2020, s.65). Söz konusu tanımlamadaki unsurlardan sosyal medyanın kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğe sahip olması ve kullanımının artması ise pek çok toplumsal ve ekonomik değişimi beraberinde getirmiştir. Yeni medya ortamlarının katılım ve etkileşime

imkân veren çift yönlü işleyiş modeli kullanıcıların ürettikleri içeriklerin bu ortamlarda dolaşıma sokulması ile gerçekleşmekte, kullanıcılar tarafından üretilmiş bu içeriğe de 'kullanıcı türevli içerik denilmektedir (Turan, 2013, s.56). Kullanıcı türevli içeriğin temellerini bloglar ve vikiler oluşturmakta, video paylaşım ağı Youtube, Facebook ve Instagram gibi diğer sosyal medya uygulamaları da kullanıcı türevli içeriğin oluşturulduğu ortamlardır (Filibeli, 2018, s.456). Özetle sosyal medya uygulamalarının tamamının temelinde kullanıcı tarafından üretilen içerik yer almaktadır ve yükselişinin de temel sebebi kullanıcıya tanıdığı bu özgürlüktür. Kullanıcının söylediği sözün merkezde yer alması yurttaş haberciliği, aktivizm, pazarlama, siyasal iletişim ve halkla ilişkiler uygulamalarını temelden dönüştürmüştür; her birinde katılımı artırdığı için sosyal değişimlere sebep olmuştur. Morozov (2008), aktivizm ve yeni medya adlı çalışmasında aktivistlerin yeni medyadan yararlanma yollarını belirtmiştir. Bunlar 1) Ulaşılabilirlik ve doğru bilgi 2) Belirli bir soruna karşı kamuoyu ilgisini çekme 3) Seçmenlere yardımcı olmak için verileri analiz etme ve bir arada bulma kolaylığı sağlama 4) Politikacılar ve seçmenlerle doğrudan temas kurma 5) Yeni üyelere ulaşma 6) Eylemleri mobilize etmek ve lojistik destek sağlamaya yardımcı olmak 7) Kolektif eylemler için yaratıcı yöntemler bulmak ve yenilikler üretmek 8) Diğer sivil toplum örgütleri ve aktivistler arasında bilgi değişimi ve bunların basılmasını sağlama. Morozov (2008)'un belirttiği unsurlar aktivistler için yeni medyayı kullanma motivasyonu olsa da aslında bu unsurların yukarıda da belirtilen habercilik, pazarlama, siyasal iletişim ve halkla ilişkiler çalışmaları için de önemli motivasyonlar olduğu görülmektedir. Pek çok kurum, kuruluş, marka, sivil toplum örgütü aynı motivasyonlarla sosyal ağlarda görünür olmaya çalışmaktadır. Hem bu tarz kuruluşların günümüzde varlığını sürdürebilmelerinde hem de kullanıcıların bu gibi yerlere ulaşmak istediklerinde ulaşabilmelerini ve seslerini duyurmalarını sağlaması bakımından sosyal ağlar önem teşkil etmektedir.

Kullanıcı türevli içeriklerin oluşturulup paylaşılabilirdiği bu ortamların en önemli sorunu ise kontrolsüz içerik üretiminin sağlanması sonucu oluşan özel hayat ihlalleri, nefret söylemi ve çeşitli etik ihlallerdir (Karagöz, 2018). Yine kullanıcının içerik üretiminde başrolde olması bilgi kirliliğine ve dezenformasyona sebep olmaktadır. Herkesin her konuda söz söyleme özgürlüğüne sahip olduğu bu ortam getirdiği faydaların yanında bilinçsiz kullanım ve denetimsizlik sebebiyle doğruların çarpıtıldığı ve gerçeklerin yerini kişisel görüşlerin aldığı bir ortama dönüşmektedir. Hatta bu anlamda sosyal medya post-truth çağın körüklenmesinde de önemli rol oynamıştır. Öyle ki post-truth sözcüğü 2016'da yılın kelimesi seçilmiştir. Oxford Sözlük'ün tanımına göre "Duyguların ve kişisel kanaatlerin belirli bir konu üzerinde kamuoyunu belirlemede rasyonel gerçeklerden daha fazla etkili olması" durumu anlamına gelmektedir (Şimşek, 2018). Kısacası yeni medyanın imkanlarıyla bilgiye anında ulaşabilir olduğumuz bir dünyada, doğru bilgiye ulaşmak için çaba sarf etmek gerekmektedir.

Toplumsal Kriz ve 2021 Türkiye Orman Yangınlarında Sosyal Medya

Krizin her tür kurum ve kuruluşu, yöneticiler ve siyasi liderler gibi kilit figürleri etkileyebilen dramatik değişikliklerle sonuçlanabilen, hızlı karar almayı gerektiren, gerçekleşmesi istenmeyecek olumsuz, olağanüstü olaylar olduğunu söylemek mümkündür (Çerçi, Canöz N., ve Canöz K., 2020). Eğer bu tarz olaylar toplumun bir kesimini ya da tamamını etkiliyorsa toplumsal kriz halini almaktadır. Zor ve buhranlı dönemler olan kriz dönemleri, toplumu etkileyen olağanüstü durumlar toplumun psikolojisini, duygularını ve reflekslerini etkilemektedir (Demirci ve Balci, 2019, s.51). Bu tanımlamalara bakıl-

diğında toplumsal kriz anları, doğal afetler, salgın hastalık, terör saldırıları, toplumsal ayaklanmalar, savaş durumu gibi nedenlerle gerçekleşebilir. Bu çalışmaya doğal afet sırasında ortaya çıkan toplumsal kriz konu olduğu için krizin bu boyutu ele alınmaktadır. Doğal afetler insanların kontrolü dışında gerçekleşen çok büyük zarara ve can kaybına sebep olan büyük ölçekli olaylardır ve toplumun sosyal dengesini ve düzenini bir anda değiştirebilmektedir (Soydan ve Alpaslan, 2014, s.58). Doğal afetler yangın, deprem, sel, kuraklık, şiddetli fırtına, volkan patlamaları, heyelan, don, toprak kayması, tsunami, küresel ısınma, çölleşme gibi olaylara verilen adlardır (Soydan ve Alpaslan, 2014, s.57). Bu tarz toplumsal kriz anlarında, bireylerin en çok ihtiyaç duyduğu şeylerden biri bilgi akışı olmaktadır (Kanılmaz, 2021, s.7). Doğal afetlerin sebep olduğu krizlerin ardından yapılabilecek en uygun açıklama, yaşanan aksaklıkların ve sorunların en kısa zamanda çözüleceğinin inandırıcı biçimde anlatılmasıdır (Şahinsoy, 2017, s.5). İnsanlar bu tür olaylarda hem olay yeri ile ilgili bilgileri almak, hem de yapılan müdahalelerin ne gibi sonuçlar verdiğini, yetkili kurum kuruluşların nasıl organize olduğunu bilmek istemektedirler. Elbette bu isteğin ardında kendini güvende hissetme dürtüsü yatmaktadır. Bu nedendir ki toplumsal kriz anlarında hem insanların bilgi ihtiyacı en üst seviyededir hem de medya tarafından haber yapılacak çok fazla durum ve olay bulunmaktadır. Sosyal medya kullanımı ile beraber, iletişimin hızı da boyut değiştirmiş ve bilgi saniyeler içinde el değiştirir olmuştur. Dünyanın bir yerindeki herhangi bir olay, dünyanın diğer ucuna ve milyonlarca kişiye saniyeler içinde ulaşmakta ve bu olay anlık olarak gerçekleşebilmektedir. Kriz anındaki iletişim söz konusu olduğunda da sosyal medya geleneksel iletişim araçlarının yerini almıştır. Sosyal medyanın anında iletişime imkan vermesi, etkileşimselliği, hedef kitleye doğrudan ulaşabilmesi kriz anında hem bilgi almak hem de bilgi vermek için son derece önemli bir yere oturmasına sebep olmuştur. Bu anlamda sosyal medya aracılığıyla geliştirilen kriz yönetimi süreci tek taraflı olmaktan çıkıp hedef kitleden gelen geri dönüşler doğrultusunda şekillenmekte, fakat yine sosyal medyanın kitlelere ulaşması sebebiyle kriz hem sınırları aşmakta, hem de süreçte yapılabilecek bir hata yeni krizlere sebebiyet verme potansiyeli taşımaktadır (Kanılmaz, 2021, s.11).

28 Temmuz 2021 günü Antalya'nın Manavgat ilçesinde başlayan orman yangını farklı büyüklüklerde Ege ve Akdeniz Bölgelerinde toplam 299 noktada sürmüş, 12 Ağustos 2021 itibariyle Muğla Köyceğiz'deki yangının da söndürülmesiyle tamamen kontrol altına alınmıştır (Wikipedia, 2021). Bu yangınlar Türkiye Cumhuriyeti tarihinin en büyük yangınları olarak kayıtlara geçmiştir (Independent Türkçe, 2021). İstanbul Teknik Üniversitesi tarafından yapılan çalışmada Uydu Haberleşme ve Uzaktan Algılama Uygulama ve Araştırma Merkezi yangının yarattığı tahribatı belirleyerek; Manavgat'ta 30 bin, Bodrum'da 12 bin 600, Marmaris'te 8 bin ve Güzelbağ çevresinde yaklaşık 6 bin 500 hektarın zarar gördüğünü açıklamıştır (Ntv.com, 2021). Yangınlarda 9 kişi hayatını kaybetmiş (Deutsche Welle, 2021), Antalya'da 18, Adana ve Mersin'de 16 köy boşaltılmış, Bodrum'da 2 otelde 4000'den fazla turist ve personel, sahil güvenlik ekiplerince özel botlarla deniz yoluyla tahliye edilmiştir (Wikipedia, 2021). Bunun yanında binlerce hayvan da telef olmuştur. Yaşanan bu büyük felaket sırasında sosyal medyadan da çok yoğun şekilde yangın ile ilgili paylaşımlar gerçekleşmiştir. Sosyal medya aracılığıyla yapılan yardım çağrıları, yetkililerce yapılan bilgilendirmeler, bölgede yaşayan kişiler tarafından yapılan paylaşımlar bu süreçte binlerce içeriği bulmuştur. Doğal afet süresince yapılan bu paylaşımların arasında iyi niyetli ve çözüm sürecine katkı sağlayan paylaşımların yanı sıra, bilgi kirliliği ve kötü niyetli paylaşımlar da önüne geçilemeyecek sayılara ulaşarak çözüm sürecini zorlaştırmıştır. Sosyal medyanın yangınlar boyunca bölgeden bilgi vermek ve yangınların gerçekleştiği bölgeleri anında yetkililere iletebilmek ve bölge halkına gereken yardımı

sağlayabilmek amacıyla çok etkili şekilde kullanıldığı gözlemlenirken, süreci provoke etmek amacıyla paylaşımların yapıldığı ya da dezenformasyon içeren paylaşımların yapıldığı görülmüştür.

Ünlü Aktivizmi ve Sosyal Medya

Türk Dil Kurumu Sözlüğü'nde 'Ün salmış olan, tanınmış, şöhretli, meşhur, şanlı, namlı, namdar, anlı şanlı' şeklinde tanımlanmaktadır. Yine aynı manada kullanılan star ve yıldız tanımlamaları da 'Sinema, tiyatro veya müzikhol sanatçısı, star' ve 'bir toplulukta, bir meslekte, üstün başarı gösteren kimse (Türk Dil Kurumu)' olarak tanımlanmıştır. Ünlülük kavramı toplum tarafından büyük ölçüde tanınırlığa sahip olmuş kişi olarak da tanımlanmaktadır (Young ve Pinsky (2006)'dan akt., Özbayraktar, 2018, s.48). Ünlü kişilerin toplum tarafından tanınması onların hali hazırda geniş bir kitleye ulaşabilmelerini ve o kitleyi etkileyebilmelerini sağlamaktadır. Bu da uzun yıllardır, başta pazarlama olmak üzere çeşitli alanlarda kullanılagelmiş bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Ünlü kullanımı ile ilgili yapılmış araştırmalarda 'kaynak güvenilirliği', 'çekiciliği', 'ürün-ünlü uyumu' ve 'anlam transferi' şeklinde dört ana model ortaya çıkmaktadır (Pilehvarian, 2019, s.20). Ünlülerin güvenilirliği ve çekiciliği, verilmek istenilen mesajı ve anlamı aktarabilme 'gücü' pazarlama stratejilerinde keşfedildikten sonra toplumsal konular için de kullanılmaya başlanmıştır.

Ünlülerin toplum tarafından tanınır olması ve hatta rol model olarak algılanması onların vereceği mesajların daha etkili olabileceğini düşündürmektedir. Bu doğrultuda ünlülerin toplumsal fayda sağlamak amacıyla kullanılmalarını öne çıkaran ve oldukça yoğun şekilde çalışmalarına dahil eden örgüt Birleşmiş Milletler olmuştur. Örgüt 90'ların sonlarından bu yana film yıldızlarını, şarkıcıları ve sporcuları küresel fayda sağlayacak konularda seferber etmek için yoğun çaba göstermiştir ve "İyi niyet elçileri" kavramı, ilk olarak UNICEF tarafından kullanılmıştır (Huliaras ve Tzifakis, 2010). Bu doğrultuda Birleşmiş Milletler 1997'de örgütün amaçlarına küresel çapta dikkati çekebilmek için 'barış elçileri' adı altında bir grup ünlüyü bir araya getirmiş, bu grubun hem kamu bilincini artırmada hem de kuruluşun ajansları için kaynak yaratmada özellikle etkili olduğu kanıtlanmıştır (Huliaras ve Tzifakis, 2010). Ünlü aktivizmi olarak literatüre geçen kavram da diğer pek çok kavram gibi sosyal medya sayesinde değişiklik göstermektedir. Ünlü aktivizmi için geçmişte çoğunlukla örgütlere ve sivil toplum kuruluşlarının iş birliklerine ve geleneksel kitle iletişim araçlarına ihtiyaç varken günümüzde sosyal medya aracılığıyla ünlü aktivizmi de doğrudan gerçekleşmektedir. Ünlü kişiler, hayran topluluklarıyla doğrudan ilişki kurarak vermek istedikleri mesajları verebilmektedir. Ünlülerin izleyicileriyle doğrudan iletişim kurmak için sosyal medya platformlarını kullanması ünlü aktivizminin yeniden yapılandırılmasını sağlayarak, haber medyasının filtreleri olmadan anında harekete geçme ve doğrudan eylem sağlama olanağına izin vermektedir (Bennet, 2014).

Türkiye'de müzisyen kimliğiyle tanınan Haluk Levent, sosyal medya platformlarının yaygınlaşmasıyla toplumsal konularda aktivist eylemlerde bulunmuş, ihtiyaç sahibi kişilerin seslerini geniş kitlelere duyurmuştur. Ardından bu yardım faaliyetlerini sistemli bir şekilde sürdürebilmek için Ahbap Platformunu oluşturmuş ve çalışmalarını hem bireysel olarak duyurmuş hem de Ahbap Platformu aracılığıyla da diğer gönüllülere ulaşarak geniş bir alana yaymıştır. Bu anlamda Gökaliler ve Saatçioğlu (2019) tarafından yapılan çalışmada Haluk Levent'in sosyal medyayı etkin bir şekilde kullandığı ve sosyal medyada yardım amaçlı yaptığı paylaşımların büyük oranda etkileşim aldığı ve kendisinin de takipçi sayısının her geçen gün arttığı ifade edilmiştir (Gökaliler ve Saatçioğlu, 2019).

Hem literatür incelendiğinde hem de örnek olay araştırması yapıldığında karşımıza çeşitli ünlü aktivizmi örnekleri çıkmaktadır. Bunlardan ilki ve tüm dünyanın belki de en çok bildiği Angelina Jolie'dir. Angelina Jolie 2001 yılında Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği'ne atanmış ve bu durum kendisinin dünya çapında tanınan bir isim olmasından kaynaklanmıştır. Volcic ve Erjavec (2014)'in yaptığı araştırmada çeşitli uluslararası kampanyalara destek veren, Afrika, Kamboçya, Pakistan, Ekvador ve Bosna'daki dramların kamuoyu tarafından duyulmasını sağlayan Angelina Jolie'nin ünlü aktivizmi ve ilerleyen yıllarda yine aynı kapsamda "politika gündemlerini etkilemek ve uluslararası toplumu sanatsal açıdan eleştirecek bir film yapmak" amacıyla Bosna Hersek'teki savaş tecavüzleri hakkında yönetmenliğini yaptığı 'In the Land of Blood and Honey' filmini incelemiştir. Yine dünya basının ve kamuoyunun oldukça yakından takip ettiği Amerikalı aktör Brad Pitt de ünlü aktivizmi konusunda Joy V. Fuqua (2011) tarafından yapılan araştırmanın konusu olmuştur. Brad Pitt Katrina Kasırgası sonrası New Orleans'ta ihtiyaç sahiplerine yardım ederken görüntülenmiş, ve bu onun kariyerinin geri kalanında halka yakın bir sanatçı olarak algılanmasını sağlamıştır. Elcessor (2016) tarafından yapılan ünlü aktivizmi araştırmasında ise kendisi de işitme engelli olan Amerikalı aktris Marlee Matlin örneği incelenmiştir. İşitme engelliler derneği kurucusu tarafından Twitter'da #captionthis etiketiyle başlatılan çevrimiçi medya yayınlarının altyazılı olması talebi, Marlee Matlin'in konu ile ilgili tweet atmasıyla onu bu hareketin merkezi haline nasıl getirdiğini incelemiştir (Elcessor, 2016).

Çevrimiçi Ünlü Aktivizminin Kuramsallaştırılması

Yeni medya ortamlarının kullanıcının içerik üretmesine imkan tanıyan yapısı, toplumsal hayattaki pek çok alanda değişim yaratmıştır. Bu alanlardan biri de aktivizm olmuştur. Aktivizm, "kişilerin kurum ya da kuruluşlar üzerinde baskı yaratarak sorunlu gördükleri politika, uygulama ya da durumları değiştirmeye yönelik çabalarıdır (Gürel ve Nazlı, 2019, s.189)." Bu çabalar yeni medyanın hayatlarımıza girmesiyle dijital ortama da taşınmıştır. Tani (2019) tarafından yapılan tanıma göre "birden çok insanın fiziksel veya dijital ortamlarda kasıtlı ve belli bir motivasyonla bir araya gelerek, toplumda sorun olarak gördükleri konu veya konuların ileriye dönük, adaletli ve çoğunluğun çıkarları doğrultusunda değişmesini sağlamaya yönelik yapılan tüm savunuculuk uğraşları" olarak açıklanmaktadır (Akt., Taşkıran ve Gençler Çelik, 2021, s.253). Sosyal ağların temelinde yer alan zamandan ve makandan bağımsız şekilde birarada olabilmek, aslında aktivist hareketlerin temelinde yer alan birliktelik ve kolektif eylemlerle tam olarak örtüşmektedir. Sosyal ağlar bu nedenle aktivist eylemler için biraraya gelmenin en çok tercih edilen alanı olmuştur. Dijital aktivizm olarak literatüre giren kavram, gelişen iletişim teknolojileri ve yaygınlaşan internet ağından beslenirken, bu sayede geniş kitlelere hızlı ve kolay şekilde ulaşabilmeyi sağlamaktadır (Yegen, 2014).

Ünlüler de bu bağlamda bir takım kuruluşların sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında toplumsal fayda sağlamaya yönelik çalışmaların parçası olabilecekleri gibi bireysel olarak da toplumsal amaçlar için çalışabilmektedirler (Gökbalı ve Saatçioğlu, 2019, s.90). Ünlüler aktivizmin dijitale taşınmasından faydalanarak, sosyal ağlarda seslerini yükseltmektedirler. Ünlüler, bu konuda 'sade vatandaş'lara göre daha avantajlı konumdadırlar. Çünkü sosyal medya platformlarındaki hesaplarında hali hazırda bir hayran kitlesine sahiptirler ve toplumsal bir konuda yaptıkları bir paylaşım bu kitleyi harekete geçirebilme ve milyonlarca etkileşim yaratabilme gücüne sahiptirler. Ünlü aktivizminin

sosyal medyada hayat bulmasının temelinde yatan unsur dijital aktivizmin de temelinde yer alan 'bağlantı' olmaktadır. Elcessor (2016) tarafından yapılan çalışmada 'bağlantılı ünlü aktivizmi' (connected celebrity activism) şeklinde kuramsallaştırılan dijital ünlü aktivizmi hareketlerinin temelinde, sosyal medyanın temelinde yer alan bağlantı unsuru yatmaktadır. Aktivist sosyal yardım ve katılım için bağlantıların önemi, çok sayıda veya çeşitlilikte bağlantı kurabilen bireyler için özel bir önem arz etmektedir ve bu nedenle, bir ünlünün sosyal medya hesabının, bilgi dağıtımı için güçlü bir merkez olma işlevinin, çevrimiçi ünlü aktivizminin kuramsallaştırılmasının başlıca yollarından biri olması şaşırtıcı olmamaktadır (Elcessor, 2016). Bu kuramsallaştırma, ünlü kişiler için zaten var olan hayran kitlesiyle bağlantıda olma ve bu bağlantıyı toplumsal fayda için kullanma durumunu açıklamaktadır.

Bu çalışmada da Şahan Gökbakar, bir ünlü kişi olarak ülkenin en büyük yangınlarında anbean durum bildirimini yapmış, ihtiyaçları ve eksiklikleri aktarırken, mevcuttaki kitlesinin yaratacağı etkiyi bilerek hareket etmiştir. Bu onun hem hayran kitlesi tarafından, hem de ana akım medya tarafından duyulmasını sağlamıştır. Gökbakar'ın bu süreçte gösterdiği eylemler, tıpkı Elcessor (2016)'ın çalışmasında incelendiği gibi öncelikle bölgede ikamet eden birisi olarak kendi sesini duyurmasıyla başlamış, ardından gelen destekle birlikte bölge halkının taleplerini iletmeye dönmüştür. Elcessor (2016) çalışmasında incelediği Marlee Matlin vakasında aktris Matlin'in işitme engellilerle yetkililer arasında 'bir ünlü megafon' olduğu benzetmesini yaparak, aslında ünlü aktivizminin amacını belirtmiştir.

Şahan Gökbakar'ın Yangın Boyunca Instagram Kullanımı

Sosyal medyada oldukça aktif olan Şahan Gökbakar 2013 yılından beri Instagram hesabını aktif şekilde kullanmaktadır. Instagram'da 1 Eylül 2021 tarihi itibarıyla 2 bin 537 gönderi ve 4 milyon takipçiye sahip olan Gökbakar, 29 Temmuz günü Manavgat'ta başlayan yangından bir gün sonra sadece 'İçimiz Yanıyor' yazan bir gönderi paylaşmış ve ardından 45 paylaşım daha yaparak yangın sürecini anbean takipçileriyle paylaşmış, yangınların konumları hakkında bilgi vermiş, yangın bölgelerinin neye ihtiyacı olduğunu, yapılan ve yapılması gereken çalışmaları gece gündüz canlı olarak aktarmış ve söndürme çalışmalarına bizzat kendisi de katılmıştır. 'Bağlantı' kuramsallaştırması sayesinde Gökbakar, hali hazırdaki hayran kitlesi ve geleneksel medyanın da takip ettiği ünlü kişi olarak, yangın sırasındaki paylaşımlarıyla büyük ses getirmiş, adeta yangını seyrinin izlendiği bir merkez olarak yayınları milyonlarca kişi tarafından takip edilmiştir. Bunun yanısıra yetkili kişilere de sesini duyurmayı başararak, yardım ekiplerinin doğru yönlendirilmesine yardımcı olmuş, provokasyon niteliği taşıyan ya da iyi niyetle yapılan fakat söndürme faaliyetlerini aksatan eylemlerle karşılaştığında bunları da çok büyük bir kitleye duyurarak söndürme faaliyetlerinin aksamamasına katkıda bulunmuştur. Bölgede ikamet eden Şahan Gökbakar bu süreçte ünlü aktivizmi faaliyetinde bulunmuş, toplumsal bir kriz anında zaten kendisini takip eden çok büyük bir kitleyle iletişime geçerek hem son durum bilgisi aktarmış, hem de yardım çalışmalarının doğru yönlendirilmesine katkı sağlamaya çalışmıştır.

Yöntem

İstisnalar dışında dünyadaki her şeyin ihtiyaçlar sonucunda ortaya çıktığını düşünürsek, yeni iletişim biçimleri, bu iletişim biçimlerini anlamamızı sağlayacak yeni araştırma yöntemlerini doğurmuştur. Bu doğrultuda akademik alanda uzun yıllardır kullanılan

eleştirel söylem analizinin temele aldığı 'dil'in analizi yetersiz kalmış 'eleştirel söylem analizi'ne farklı yaklaşımlar getirilmiştir. Yeni medyanın çoklu ortam yapısı alandaki araştırmacıları da çoklu ortamı çözümleyebilecek araştırma yöntemleri geliştirmeye teşvik etmiştir. Farklı iletişim biçimlerini tek bir mesajda bir araya getiren yeni medya ortamlarında, mesajların taşıdığı metinsel, semiyotik ve imgesel bağlar birlikte analiz edilmeye başlanmıştır (Ventola, Cassily, Kallenbacher'den akt., Uğurlu Akbaş ve Atalay, 2020, s. 72). İçerisinde yaşanan bu çağ insanlığa çok modlu bir iletişim biçimi sunmaktadır ve bu iletişim şekli karmaşık ve iç içedir; kolay ayrılabilir değildir, birbirine bitişik ve bağımlıdır bu nedenle yeni analiz çeşitlerinin başında çok-modluluk, karma-metin, yeni tipografi ve çok-modlu inceleme yöntemleri (multimodal analysis methods) gösterilebilir (Tüfekçi, 2014). Theo van Leeuwen (2011)'e göre çok modluluk terimi "dil, imge, ses ve müzik" gibi farklı semiyotik kaynakların, çok modlu metinler içinde birlikte kullanımını anlatmaktadır ve yine Leeuwen'e göre (2011), iletişimin kendisi çok modludur, iletişim sözlü olmayan unsurlar hesaba katılmadan net olarak anlaşılammaktadır (Akt., Taş ve Taş, 2018, s.190). Çok modlu eleştirel söylem analizi bir mesajın, yazılı, görsel, işitsel semiyotik seçimlerin belirlenmesi ve analizine dayanmakta, sözcüksel ve ikonografik analiz temele alınarak yapılmaktadır (Atalay, 2019). Bu çalışmada amaçlı örneklem olarak Şahan Gökbakar'ın yangın sırasında paylaştığı videolar seçilmiş, çok modlu eleştirel söylem analizi yöntemi ile incelenmiştir. Çalışmada Gökbakar'ın videolarındaki görseller, ses tonu, beden dili, yüz ifadeleri, duygu durumu, kullandığı kelimeler incelenmiştir. Bu çalışmanın hipotezi ünlü kişinin bir kriz anında sosyal medya üzerinden toplumsal fayda sağlamak amaçlı etkili olduğudur.

Bulgular

Şahan Gökbakar yangının başlamasının hemen ardından 29 Temmuz 2021 günü içimiz yanyor yazılı bir instagram gönderisi paylaşmıştır. Bunun ardından sadece 30 Temmuz günü hariç olmak üzere yangınlar Gökbakar'ın bulunduğu bölgede söndürülene kadar, yani 6 Ağustos günü her şeyin kontrol altında olduğunu duyurduğu video ile birlikte 45 video yayını yapmıştır. Buldukları bölgede her şeyin kontrol altına alındığını duyurduğu video çalışma kapsamında son video olarak incelenmiştir. Videoların neredeyse tamamını canlı olarak yayınlamıştır. Yaptığı canlı yayınlar sonunda videoları Instagram sayfasına yüklediği ve orada kaldığı için çalışma kapsamında videolara sonradan bu şekilde ulaşılmıştır. Gökbakar bir gün içerisinde çok sayıda video paylaşımında bulunduğu için, konunun son videosu varsayılan içeriğe kadar sadece her günün en yüksek görüntüleme sayısına sahip olan videosu incelenmiştir. Bahsedilen sınırlılıkla incelenen toplam yedi videonun 21 Eylül 2021 itibarıyla başlık bilgisi ve sayısal verileri tablo 1'de belirtilmiştir.

Şahan Gökbakar'ın incelenen videoları

Tablo:1

Videonun başlığı	Videonun Tarihi	Görüntüleme sayısı	Yorum sayısı	Videonun süresi
Turgut Şelale kötüye gidecek...Acil havadan müdahale yapılmalı	31. 07. 2021	2.364.464	1.830	5 dak. 21 sn.
Turgut Şelale ve Bayır kavşağına hava müdahalesi şart!!!!	01. 08. 2021	4.278.423	3.594	2 dak. 57 sn.
Turgut Şelale, Delik yol yanıyor... Helikopter gelir ümidiyle...	02. 08. 2021	1.994.946	4.746	1 saat 36 sn
Acil amfibik uçak rica ediyorum. L Ü T F E E E N . Daha kötü olmadan... UÇAK RİCA EDİYORUM	03. 08. 2021	5.097.616	8.981	41 dak. 49 sn.
Provokatörler ve buradaki işi baltalayan insanları lütfen buradan uzak tutun	04. 08. 2021	5.778.552	11.064	9 dak. 53 sn.
Gündüz ev yananak diye uyar-mıştım. Maalesef ateşler sardı	05. 08. 2021	3.544.595	7.469	8 dak. 34 sn.
Sabah her şey sakin.. Donanmamız ve biz göz-lüyoruz.. Burada bu felaketi atlattık sayılır... Çok şükür...Kalbimiz, aklımız yangının devam ettiği yer-lerde...	06. 08. 2021	2.230.788	8.892	4 dak. 12 sn.



Resim:1

'31. 07. 2021 'Turgut Şelale kötüye gidecek...Acil havadan müdahale yapılmalı'

Videoda Şahan Gökbakar ilk canlı yayını başlatmıştır. Videoda özçekim yaparak kendisiyle beraber arkasında görünen ormanlık alanı göstermektedir. Kendisi şapkası ve pandemi sebebiyle kullandığı, konuşurken çenesinin altında tuttuğu maskesiyle görünmektedir. Üzerindeki tişört sıcaktan terlemenin ve etrafa saçılan küllerin etkisiyle kirlidir. Bu görüntüsünden Gökbakar'ın sahada olduğu ve durumla yakından ilgilendiğini anlaşılmaktadır. Videoda üzüntülü fakat sakince konuşmasını sürdürmektedir. "Hepinize merhabalar şu anda Marmariste Turgut Şelale bölgesinin önündeyim. Burası şu anda yanıyor özellikle şu bölge ve buranın arka tarafı Bayır Köyü tamamen yanmış durumda" diyerek eliye dumanların yükseldiği yerleri kendi yüzünü kadrajdan çıkararak göstermektedir. Görünen kısımlarda tamamen ormanlık bir alanın arasından yükselen dumanlar bulunmaktadır. "Evlerin iki üç tanesi kötü durumda, evler boşaltılmış ama herkes perişan durumda, burada evleri olan herkes zor durumda. Burası Bayır Köyü'nden gelen yol (eliyle arkasını işaret ederek ve kameradan göstererek anlatmaktadır) arka tarafımız da Şelale. Şelale 2-3 gündür yanıyor ve buraya sadece dün öğleden sonra saatlerinde bir helikopter geldi ve yaklaşık bir 6-7 defa su döktü. Birazcık serinledi tabi, biraz soğudu ortam ama sıcaklığın etkisiyle burada inanılmaz kavurucu bir hava var devam ediyor yangın" şeklinde anlatarak bölgeyi panoramik şekilde kendisiyle beraber göstermektedir. Gösterdiği ormanlarla kaplı alanın hemen arkasının 2-3 gündür tamamen yandığını ve hala bir yardım ulaşmadığını belirterek, "Maalesef İçmeler ve Armutalan tarafında çok büyük bir yangın olduğu için ilk müdahale o tarafa yapıldı ancak burada da müdahalenin hızlı bir şekilde yapılması gerekiyor. Özellikle ben ulaşabildiğim, kontağım olan çeşitli yetkililerle bu konuyu iki gündür elimden geldiğince konuşuyorum. Sağolsunlar çok yardımcı oluyorlar, dediğim gibi dün buraya bir helikopter yollandı öğleden sonra saatlerinde. Burayı 5-6 defa ıslattı helikopter ama yeterli değil. Şu anda buraya acilen müdahale edilmesi gerekiyor. Şu anda tam helikopterle müdahale edilecek durumda burası. Buraya helikopterle su atılmadığı takdirde bu yangın bu ağaçları da (eliyle ağaçları ve kastettiği yerleri de göstererek anlatmaktadır) yakarak gelecek bu

önümüzdeki yol, bakın bu yol Turgut Köyü'nden yani Marmaris tarafından gelip Selimiye Bozburun'a giden yol. Bu yoldan sonra bu tepeleri de bakın bu ağaçları da yakacak" diyerek yolu ve ağaçları da göstererek anlatmaktadır. Bu sırada bölgede bulunan diğer insanlar ve araçlar da onun kadrına girmektedir. Gösterdiği bölgenin hemen arkasında yerleşim yerleri olduğunu, kendisinin de bulunduğu yere biraz daha uzak olsa da civarda bir evi olduğunu belirterek, "Konu burada evlerden öte bu ormanların, bu ağaçların yanmış olması. Şu anda buraya müdahale edilebilecek durumda, buraya acilen bir helikopter rica ediyoruz" derken, yeniden videonun en başında gösterdiği dumanlı yere doğru dönmüştür. Birkaç helikopterin bölgeye gelmesiyle yangının kontrol altına alınabileceğini tekrar belirtmektedir. Yangının ilerlediğini söyleyerek dumanlı bölgeyi boydan boya gösterip "bakın görün kendi gözlerinizle, gösteriyorum size" ifadelerini kullanmıştır. Bu esnada da yine kendisi de bölgeye hem dönerek hem de eliyle işaret ederek, anlatmaktadır. Arka kısımların tamamen yandığını yeniden belirterek, "lütfen buradan yetkililere sesleniyorum, buraya bir iki helikopter acilen yollınırsa buradaki yangın kontrol altına alınabilir diye düşünüyorum" demektedir. Yine tekrar dumanların yükseldiği alana kamerayı çevirerek durumu göstermektedir. Gösterdiği kısımda görünen ağaçların da tamamen yanacağını ve oralarda yerleşim alanlarının olduğunu yeniden belirtmiştir. Tekrarlayan şekillerde yangının ilerleyeceğini söylerken "Helikopter rica ediyoruz, bizzat buradan yetkililere sesleniyorum, hepsinin burada olduğunu biliyorum, konuştum görüştüm. Hepsi Marmaristeler, olay yerindeler, buraya lütfen acil bir helikopter rica ediyoruz." Cümleleriyle bölgeye yardımların yapıldığını bildiklerini belirtmiştir fakat yeterli olmadığını anlatmaya çalışmıştır. "Biz iyiyiz gelişmeler olursa paylaşacağım ama burada çok fazla insan mağdur oldu. Onlara da elimizden geldiği kadar yardım edeceğiz... Allah hepimizin yardımcısı olsun. Çok sıcak bu kötü günler de geçer inşallah" diyerek canlı yayını bitirmiştir. Gökbakar canlı yayınladığı bu video ile bulunduğu konumun bilgisini vererek, oradaki son durumu anlatmış ve yetkililere bizzat seslenerek oraya helikopter gönderilmesi gerektiğini defalarca belirtmiştir. Üst üste bu bilginin verilmesi, sürekli helikopter ihtiyacının tekrarlanması ve kendisinin bizzat yetkililere seslenmesi ve yetkililerle konuştuğunu belirtmesi kendisinin ünlü olmasından kaynaklı ilişkilerini toplumsal bir konuda kullandığını göstermektedir.



Resim:2

01.08. 2021 Turgut Şelale ve Bayır kavşağına hava müdahalesi şart!!!!

Canlı yayında bir önceki gün yaptığı yayına göre daha gergin ve daha öfkeli görünen Gökbakar, yayına yine şapkası ve maskesiyle başlıyor. Özçekim olarak yaptığı canlı yayında, yüzündeki kızarıklık ve terlemeden ve etraftaki yangından sıcağın etkisinde kaldığı görülmekte olan Gökbakar'ın " Burası Turgut Şelale mevkii aynı zamanda Bayır Köyü'ne giden yol ve Selimiye'ye giden yolun kesiştiği nokta. Buraya dünden beri defalarca konuşmamıza, rica etmemize, söylememize rağmen yayın dışında telefonla da ulaşabildiğim tüm yetkilere ulaşmama rağmen en ufak bir helikopter müdahalesi en ufak bir havadan müdahale olmadı. Dün size gösterdiğim bütün bu orman yandı....Şimdi bakın şurada bilmiyorum görüyor musunuz karşı yamaç tutuştu şimdi burası çok harlı bir şekilde yanıyor bilmiyorum görebiliyor musunuz zoom yapabiliyor muyum, bilmiyorum evet yapıyorum (burada yanan yere zoom yaparak görüntüyü yakınlaştırıyor ve kendisi kadrajdan çıkarak sadece yükselen alevleri gösteriyor) bakın şimdi evet biraz önce de Turgut Köyü'nün orada aynı şekilde şelalenin girişinde yapabileceğimiz müdahaleyi yaptık bakın burası bu şekilde şu anda" diye yaptığı konuşmasında hem kendisini hem de arkasındaki ormanlık alandan yükselen alevleri gösterirken zaman zaman kendisi kadrajdan çıkarak sadece yanan ormanlık alanı ve yükselen alevleri görüntüyü yakınlaştırarak göstermektedir. Bu şekilde olayın büyüklüğünü tüm izleyicilerine anlık olarak aktarmaya çalışmaktadır. Burada hem konum bilgisi vererek hem de canlı olarak yangının durumunu hem yetkililere hem de bilgi sahibi olmak isteyenlere göstermektedir. Gökbakar canlı yayının devamında "Arkadaşlar itfaiyeler burada halkımız bütün gücüyle çalışıyor ben bile elimden geleni yapmaya çalışıyorum yani anladınız mı yani?" sözleriyle de tüm yetkililerin ve halkın imkanlar dahilinde gereken tüm müdahaleyi yaptığını fakat bunların yangınla baş etmede yetersiz kaldığını ifade ediyor. Sözlerinde kullandığı "ben bile" ifadesi, her ne kadar tüm halkla birlikte çalışmalara katılsa da, ünlü olma halinin 'sıradan' bir şey olmadığını belki de bilinçsizce dışı vurmaktadır. Bu ifadesi ona göre, doğrudan bir ünlünün seferber olmasının yangının büyüklüğünün ve durumun vehametinin anlaşılması için kanıt niteliği taşımaktadır. Canlı yayının devamında "...Yangın topu bulduk aldık bir koli koli getirttik elimizle atmaya çalıştık, yapabildiğimiz kadar söndürdük ama buralara insan çıkamaz" sözleriyle kendisinin ücretini karşılayarak bir takım söndürme girişimlerinde bulunduğu anlaşılıyor. Videoda genel olarak öfkeli olmakla beraber, havadan müdahale gereken yerlere ulaşamamanın verdiği çaresizlikle sesini yükseltiyor ve sınırlarına hakim olamadığını da açıkça ifade etmektedir.



Resim:3

02.08.2021 Turgut Şelale, Delikyol yanıyor...Helikopter gelir ümidiyle...

Gökbakar bu videoda denizden kendi teknesinden yayın yapmaktadır. Hemen arkasında yanan ormanlık alan ve kıyıda ki insanlar görünmektedir. Yine özçekim olarak yayınladığı videoda zaman zaman kendisi kadrajdan çıkarak sadece olay yerini göstermektedir. "Evet herkese merhaba arkadaşlar size bakın gündüz söndürdüğümüz yer helikopterin gelip yedi on defa su attığı yer şu anda bu halde bu halde (kendisi görüntüden çıkıp yanan ormanlık alanı gösteriyor. Deniz ile dağların birleştiği yerden yükselen dumanlar görünüyor.) Yanıyor feci yanıyor çok kötü tutuştu tekrar Vadi vadi dumanlar içinde ve siyah dumanlar içinde görüyorsunuz. Bakın şu anda Hisarönü çok kötü yanıyor biliyorum duyuyorum insanların evleri yanıyor köye kadar inmiş durumda oraya müdahaleler yoğunlaşmış durumda evet. Fakat oradan da duyduğumuz bilgilere göre aldığımız haberlere göre helikopterler sıcaktan su atamaz haldelermiş. Uçak rica ediyorlar bakın buradan söylememi rica ediyorlar. ben elçiye zeval olmaz söylüyorum" diye konuşmasına başlayan Gökbakar'ın bölge halkının isteklerini dile getirdiğini, yangından etkilenen vatandaşlarla yetkililer arasında bir köprü olmaya çalıştığını anlaşılmaktadır. Konuşmasında ses tonu yüksek olan Gökbakar, insanların çaresizliğinden bahsederken, kendisini arayanların üzerine Hisarönü bölgesine gittiğini belirtiyor. Gökbakar konuşmasında öğlen saatlerinde bölgeye helikopterlerin gediğini fakat yeterli olmadığını, yeniden dumanların yükseldiğini söylüyor. Gökbakar'ın canlı yayını yaptığı esnada videonun bitimine yirmi beş dakika kala yayını 105 bin kişinin izlediğini, on sekiz dakika kala 113 bin kişinin izlediğini ve yayının bitimine dokuz dakika kala ise 143 bin kişinin izlediğini söylemektedir. Canlı yayının sürekli artan izleyicisi olduğu açıkça görülmektedir.



Resim:4

03.08.2021 Acil amfibik uçak rica ediyorum. LÜTFEEEEEN. Daha kötü olmadan... UÇAK RİCA EDİYORUM

Şahan Gökbakar denizden motorlu bir botla canlı yayın yapmaktadır. "...Bir uçak rica ediyoruz mümkünse varsa imkan varsa buraya bir uçak rica ediyoruz... Yorulmayacağım devam edeceğim, iyi günde kötü günde dedik tamam mı bak iyi günde biz güldük eğlen-dik beraber filmlerle, kötü günde de ben yanınızda olacağım bir şekilde gücüm yettiği kadar... O yüzden devlet yetkililerinden bana ulaşmaya çalışıp yapılanları anlatmaya ça-lışan devlet yetkililerine rica ediyorum bakın bana değil, buraya ulaşın bu arkaya ulaşın buraya lütfen uçak Ben devletimizin yetkililerinin Üstün çabasını Biliyorum tekrar edi-yorum Buradan şu anda 75 bin insan izliyor buradan söylüyorum bakın Orman Bakanlığı yetkilileri çalışıyorlar var güçleriyle ben bunu şu anda size söylüyorum tamam mı Ama sizden rica ediyorum sayın Orman Bakanlığı yetkilileri buraya siz de beni duyun" diyen Gökbakar'ın hem yardıma ihtiyacı olan vatandaşın sesi olmaya çalıştığı, hem de yetki-lilerin sesi olmaya çalıştığı da anlaşılmaktadır. Bitimine 31 dakika kala canlı yayında 75 bin kişinin izlediğini belirtmiştir. Canlı yayının bitimine 22 dakika kala Şahan Gökbakar'a kıyıda megafonla bağırarak insanların sesleri duyulmaktadır " 'Kurban olayım uçak' diye bağırıyor şimdi ben ne yapayım? Ne söyleyeyim, bağırıyorum, rica ediyorum" demektedir. Bu olay ile insanların da onun ünlü olma halini seslerini duyurma aracı olarak gördük-leri ve o şekilde yardım talep ettikleri görülmektedir. Canlı yayının bitimine 16 dakika kala helikopterin bölgeye geldiğini göstermiştir. Fakat dumanlar çok fazla büyüdüğü için helikopterin yeterli olmayacağını belirtmektedir. Kendisi canlı yayında yetkililerden uçak

rica etmeye devam ederken bölgeye ulaşan helikopter yayında görülür ve kıyıda me-
gafonla “Şahan abi Allah'ına kurban” diye bağırarak birinin sesi duyulmaktadır. Gökbakar
da kamerayı onlara doğru çevirerek “Kardeşim sizin Allah'ınıza kurban ben sadece bo-
razanlık yapıyorum. Siz sağ olun var olun. Ben borazanlık yapıyorum. Buradan denizden
yangını göstermeye çalışıyorum. Bana teşekkür etmeyin. Bana teşekkürü siz yıllardır
beni severek gösterdiniz zaten. Şimdi ben size teşekkür ediyorum bu şekilde (kendi-
sini yayınlarken gözlerine gelen kül ve dumandan dolayı gözlerini silmektedir). Bakın
arkadaşlar ben size olan borcumu ödeyemem ama bu şekilde teşekkür ediyorum. Ben
borazanlık görevimi yapıyorum. Buradan sesleniyorum herkese...” sözlerine devam
etmektedir. “ Ben yayını açıyorum 10-15 dakika sonra helikopteri yolluyorsunuz Allah
bin defa razı olsun kim yolluyorsa ama bu helikopterlik işi geçti” diyerek uçak talebine
devam etmektedir.



Resim:5

04.08.2021 Provokatorler ve buradaki işi baltalayan insanları lütfen buradan uzak tutun

Şahan Gökbakar, yangını söndürme çalışmaları sırasında bölgeye gelen ve bölgede
gerginlik çıkarmaya çalışan insanlar olduğunu söylemektedir. “Değerli dostlar şimdi bu-
radan bir yangın mücadelesi verildiği için Gönüllü kisvesi altında buraya provokatörler
doluştu Bakın ben Size söylüyorum Lütfen Bana inanın buraya provokatörler doluştu
buraya geliyorlar yangına müdahale edecekmiş gibi Hiçbir komut dinlemiyorlar Bura-
daki itfaiyenin buradaki sahil güvenliğinin buradaki donanmanın Komutanlarına hakaret
ediyorlar Gözümüzün önünde...Marmaris jandarması'ndan Marmaris emniyetinden rica

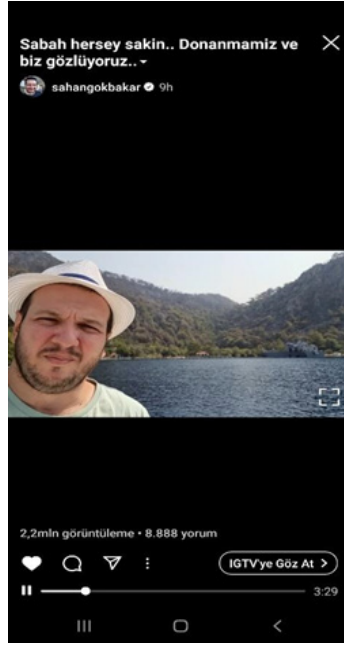
ediyorum delik yolun girişine bir ekip arabası bir ekip buraya insan gelmesin buraya gönüllü gelmesin sadece yetkili gelsin Çünkü burada haddinden fazla gönüllü var ve burada şu anda yapılacak işe mani oluyorlar rica ediyorum..." diye bölgeye güvenlik gücü talebinde bulunmuştur. Bu canlı yayın videosu da o günün çok izlenen videosu olmuştur.



Resim:6

05.08.2021 Gündüz ev yanacak diye uyarmıştım. Maalesef ateşler sardı

Şahan Gökbakar bu kez gaz maskesi ile görülmektedir, sesi oldukça kısalmıştır, etrafındaki alevler görünmektedir. Saatin sabaha karşı 4 olduğunu belirten Gökbakar'ın zamanında ve yeterli yapılamayan müdahalenin neye sebebiyet verdiğini göstermek için bu yayını yaptığı anlaşılmaktadır. "Evet sevgili dostlar şu anda gündüz söylediğim gibi yangın maalesef...evi sardı ev biraz önce infilak etti herhalde içinde bir tüp falan vardı. Komşumuzun evi maalesef göz göre göre göz göre göre yandı Bakın şu anda bu şekilde Alevler içinde ah yazık yazık yazık....Maalesef durum bu burada ortalık karıştı şu anda donanmanın askerleri de bir anonsla acilen uyandırıldılar onlar da o bölgede soğutma işlemi yapıyor ama maalesef komşumuzun evi Alevler içinde bakın sesi duyuyorsunuzdur çok kötü çok kötü evet ev çok kötü yani hakikaten buraya bir yani bilmiyorum artık ne yapmak lazım ama çok kötü çok çok çok burayı soğutmak lazım." Sözleriyle yayını sürdüren Gökbakar kendi annesi ve eşine de bu yayın üzerinden seslenerek merak etmemelerini, iyi olduğunu söylemiştir.



Resim:7

06.08.2021 Sabah her şey sakin.. Donanmamız ve biz gözlüyoruz.. Burada bu felaketi atlattık sayılır... Çok şükür...Kalbimiz, aklımız yangının devam ettiği yerlerde...

Gökbakar'ın yangın söndürme çalışmalarının bittiğini haber verdiği ilk ve bu nedenle çalışmada da incelemeye dahil edilen son videosudur. Gökbakar denizden teknesinde çektiği bu videoda diğer yayınlarına göre daha mutlu bir ifadeye sahiptir fakat sesi oldukça kısıktır. Kendi evinin de dahil olduğu bölgeyi yangından kurtarmayı başarmış olmanın verdiği rahatlamaya sahiptir. Özçekim olarak yaptığı yayında hemen arkasında donanmaya ait bir gemi bulunmaktadır. Sözlerine donanma gemisine teşekkür ederek başlamıştır. Gökbakar, "Dün gece sağ olsun hala görüyorsunuz arkamızda burada görüyorsunuz donanmamızın çıkartma gemisi burada bizleri hiçbir zaman yalnız bırakmadılar. Dün gece de yine soğutma işlemini yaptıktan sonra gece çok kritikti tütmeler oldu. Çünkü gece daha fazla artabiliyor o nedenle onlar da gözcülük yaptılar nöbet tuttular ve sabaha karşı da zaten gün ağırırken iki noktaya müdahalede bulundular....Şimdilik şunu söyleyebilirim. Bu zaman kadar bugün şu videodaki bu ana kadar bana ve buradaki herkese verdiğiniz destekten dolayı samimiyetinizden dolayı içtenliğinizden dolayı ve bizi burda, burdaki insanları buradaki halkı marmaris halkını, ağacı, yeşili, doğayı, denizi sahiplendiğiniz için hepimize miinnettarım çok teşekkür ederim....İnşallah bir daha böyle bir felaketi asla yaşamayz, yaşarsak da felaketle mücadele edecek donanımda oluruz. Saygılar, sevgiler, iyi günler olsun. Biz bir iki gün daha burada her ihtimale karşı gözlemlerimize devam edeceğiz. Ben de size yer yer bildireceğim. Kolay gelsin hepimize sevgiler, saygılar şükürler olsun bu halde koruyabildik" sözleriyle videoyu bitirmiştir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Şahan Gökbakar'ın yangın boyunca yaptığı canlı yayınlar arasından inceleme kapsamına alınan videolardan elde edilen bulgulara göre; Gökbakar 'bağlantı' kuramsallaştırmasını doğrular nitelikte paylaşımlar yapmıştır. Gökbakar mevcut hayran kitlesiyle kurduğu bağlantıyı ve ünlü olmasından sebep 'sade' vatandaşa göre yaptığı paylaşımların daha etkili olabileceğini bilerek paylaşımlar yapmıştır. En başından beri olay yerinden video çekip yüklemek yerine canlı yayın yapmayı tercih etmesi de bunun en büyük göstergesidir. Çünkü anlık olarak olay yerini gösterdiği milyonlarca kişi, kurum ve yetkililer bulunmaktadır, ayrıca ana akım medya da kendisinin yaptığı canlı yayınları haberleştirerek bilginin yayılmasına katkı sağlamıştır. Gökbakar'ın ilk canlı yayınından itibaren kullandığı "yetkili kişilerle konuşuyorum" ve "yetkililere sesleniyorum" sözleriyle hem bölgeden kendisini izleyenlerin hem de bilgi almak isteyen tüm vatandaşların yüreğine su serpmeye çalışmıştır. "Özellikle ben ulaşabildiğim, kontağım olan çeşitli yetkililerle bu konuyu iki gündür elimden geldiğince konuşuyorum. Sağolsunlar çok yardımcı oluyorlar, dediğim gibi dün buraya bir helikopter yollandı öğleden sonra saatlerinde" ifadeleri yetkili kişilerin konuyla ilgilendiğine dair bizzat bilgi almıştır. Aynı zamanda da yine kendi şahsi ilişkilerini de bölgeye yeterli yardım gelmesi konusunda kullanmaya çalışmış, bunu da yine canlı yayınları vasıtasıyla yapmıştır. Gökbakar'ın canlı yayınlarında sürekli 'arkadaşlar' 'değerli arkadaşlar' ve 'dostlar' diye takipçilerine seslenmesi kendileriyle samimi bir iletişim kurduğunu göstermektedir. Bunun yanında sadece canlı yayınlarla değil, telefon ederek de tanıdığı yetkililerle konuştuğunu belirtmiştir. Gökbakar'ın canlı yayınlarında her gün ses tonu yükselmiş, kızgınlığı, üzüntüsü ve öfkesi yangına yeterli müdahale edememenin verdiği çaresizlikle artmıştır. Ancak son videosunda artık sakin olduğu görülen Gökbakar'ın bu videoda sesi de büyük oranda kısalmıştır. Harareti sürekli yüksek olan yayınlardan sonra incelenen son videoda yangının söndürülmesiyle daha pozitif olan Gökbakar, bu yayında donanmaya, yetkililere ve kendisine destek olan herkese teşekkür etmiştir. Her yayında yetkililerin, itfaiyenin bölgede olduğunu, onun canlı yayınlarından hemen sonra gösterdiği alana helikopterli müdahale yapıldığını belirterek, sıcağın ve rüzgardan yangının yeniden başlamasıyla müdahalelerin yetersiz kaldığından şikayet etmiş, yer yer eleştirilerde bulunmuştur. Bu noktada sosyal medya vatandaşların seslerini duyurabileceği, eleştiride bulunabileceği demokratik bir ortam olma unsurunu da göstermiştir.

Gökbakar'ın canlı yayınları bölgede yaşayan kişilerin talepleri doğrultusunda da şekillenmiştir. Gökbakar'ın denizden canlı yayın yaptığı sırada arkadan bağırarak insanların taleplerini dile getirdiği açıkça anlaşılmaktadır. "Şahan helikopter" diye kıydan bağırarak kişilerin sesi olduğunu anlattığı yayında bölgeye helikopter geliyor ve insanlar "Şahan abi Allah'ına kurban" diyerek kendisine teşekkür ediyorlar. Bu durum karşısında duygusallaşan Gökbakar, "Bana teşekkürü siz yıllardır beni severek gösterdiniz zaten. Şimdi ben size teşekkür ediyorum bu şekilde" diyor. Burada Gökbakar sevenlerine, hayran kitlesine yardımcı olmaya çalıştığını söylüyor. Burada "beni bir borazan gibi düşünün" sözlerini kullanıyor. Yani sevenleriyle yetkililer arasında bir aracı olduğunu, o anda yardıma ihtiyacı olan hayranlarının sesi olduğunu söylüyor. Burada Elcessor (2016)'ın yaptığı ünlü aktivizmi çalışmasındaki megafon metaforunu doğrular nitelikte olduğu görülüyor. Ünlülerin toplumsal fayda sağlamaya çalışması seslerini milyonlarca kişiye duyurabilmesi gerçeğine dayanıyor.

Bir diğer canlı yayınında kendisine telefonla ulaşan yetkililer olduğunu da söylemektedir. Ünlü olma durumu burada yine ayrıcalıklı bir şey olarak öne çıkıyor ve Gökbakar "bana ulaşmanıza gerek yok lütfen bu bölgeye ulaşın" diyerek yetkilileri yönlendiriyor. Bazı videolarında o anki canlı yayın izleyici sayılarını paylaşan Gökbakar'ın verdiği bilgilere göre izleyici sayıları her geçen dakika artı göstererek yüzbinleri aşmaktadır. Dakika dakika artış gösteren izleyici sayısı bizlere sosyal ağların etkileşim özelliğinin bu gibi durumlarda ne kadar etkili olduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak Gökbakar, yangın sırasında bölgede yardıma ihtiyacı olan insanlara sosyal medya aracılığıyla fayda sağlamaya çalışmış, ünlülüğünden kaynaklı ilişkilerini ve mevcut kitlesini harekete geçirerek, yangın söndürme çalışmalarına katkı sağlamıştır. Kendisinin de ifade ettiği gibi, helikopter ihtiyacı olduğunu söyledikten sonra bölgeye helikopter gönderilmesi de sosyal medya üzerinden kurduğu bu iletişimin etkili olduğunu kanıtlamıştır. Bu çalışmada ünlü bir kişinin sosyal medya aracılığıyla toplumsal fayda sağlamak amacıyla sesini duyurmasının yarattığı etki ve sürecin nasıl işlediği değerlendirilmiştir. Fakat medyada kendisinin bu süreçte gazetecilik icra ettiğini ifade eden içerikler de yayınlanmıştır (Journo, 2021). İleride yapılacak çalışmalarda ünlülerin bu tarz olaylarda gösterdiği faaliyetleri gazetecilik açısından da değerlendirecek araştırmalar da alana katkı sunacak nitelikte olacaktır.

Çalışmanın başında da belirtildiği gibi Morozov (2008) aktivizmin yeni medya ile buluşmasındaki etkenleri sıralamıştır. Bunlardan ulaşılabilirlik ve doğru bilgi; Gökbakar'ın videolarında gözlemlenmiştir. Kendisi olay yerinden anında yayınlarla ve durumu göstererek bilgi aktarımı yapmıştır. Belirli bir soruna karşı kamuoyu ilgisini çekme; bu unsur da incelenen videolarada oldukça etkili şekilde yerini bulmuştur. Ünlü bir kişi olarak hem kamuoyunun hem de ana akım medyanın ve yetkililerin ilgisini çekmiştir. Eylemleri mobilize etmek ve lojistik destek sağlamaya yardımcı olmak; bu öge de Gökbakar'ın sosyal medya üzerinde toplumsal bir kriz anında kurduğu iletişimle sağlanmaya çalışılmıştır. Öyle ki gösterdiği bölgeye, helikopter, donanma gemisi ve itfaiye ekipleri gönderilmiştir. Kolektif eylemler için yaratıcı yöntemler bulmak ve yenilikler üretmek ve diğer sivil toplum örgütleri ve aktivistler arasında bilgi değişimi ve bunların basılmasını sağlama; unsurlarının da Şahan Gökbakar'ın videolarında gerçekleştiği görülmüştür. Kısacası Morozov (2008) tarafından belirlenen maddeler Gökbakar'ın yangınla mücadele sürecinde kurduğu iletişimde neredeyse bire bir gözlenmiş, Morozov (2008) tarafından kavramsal bir çerçeveye oturtulan yeni medya ve aktivizm ilişkisi geçerliliğini bir kere daha göstermiştir.

Bu çalışmadan da görüleceği üzere, yeni medyanın sağladığı en etkili ortamlardan olan sosyal ağlar, bu gibi felaket durumlarında bilgi kirliliği ve karmaşa yaratacak bir hale gelebilirken, sürecin doğru yönetilmesine, felaketin önlenmesine, yardımların doğru noktaya ve zamanında ulaşmasını sağlamak açısından önemli bir iletişim aracı olmaktadır. Bir de bunu hali hazırda bir kitleye sahip ünlü birey gerçekleştirdiğinde milyonlarca kişiye sesini duyurabilmektedir. Toplum tarafından halktan biri olarak yarattığı karakterlerle halktan biri görünen ve sevilen bir sanatçı olarak Şahan Gökbakar da kendisinin mevcut takipçi kitlesini bu bilinçle yönlendirmiş, yetkililere hem sosyal medya üzerinden hem de şahsi ilişkileri sayesinde ulaşarak sorunun çözümüne katkı sunmaya çalışmıştır. Ayrıca ünlü kişi olarak, hayranlarının ve bölgedeki ihtiyaç sahiplerinin sesini sosyal medya aracılığıyla duyurmaya çalıştığını da açıkça belirtmiştir. Sosyal medya bu süreçte oldukça etkili bir iletişim aracına dönüşmüştür. Televizyon programları ve filmlerle üne kavuşan Şahan Gökbakar'ın sosyal medyada da geniş bir takipçi kitlesine sahip olması bizlere televizyon ve sosyal medya yöndeşmesinin bir örneğini daha göstermiş-

tir. Sosyal medyanın tüm sakıncalı yönlerine rağmen, etkili ve doğru kullanılabildiğinde sorunların çözümüne katkı sağlayabildiği görülmüştür.

KAYNAKÇA

Atalay, G. E. (2019). Sosyal Medya ve Çocuk: "Babishko Family Fun TV". Erciyes İletişim Dergisi(Uluslararası Dijital Çağda İletişim Sempozyumu Özel Sayısı), 179-202. doi:10.17680/erciyesiletisim.484856

Bennet, L. (2014). 'If we stick together we can do anything': Lady Gaga fandom, philanthropy and activism through social media. *Celebrity Studies*, 5(1-2). doi:https://doi.org/10.1080/19392397.2013.813778

Çerçi, Ü. Ö., Canöz, N., & Canöz, K. (2020). Covid-19 Krizi Döneminde Bilgilenme Aracı Olarak Sosyal Medya. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi(44), 184-198.

Demirci, D. H., ve Balcı, E. V. (2019). Kriz Haberciliği ve Etik Sorunsalı. *Yeni Düşünceler*(11), 48-56.

Deutsche Welle. (2021). dw.com: https://www.dw.com/tr/orman-yang%C4%B1nlar%C4%B1-can-kayb%C4%B1-9a-y%C3%BCkseldi/a-58740403 adresinden alındı

Duvall, S. S., ve Heckemeyer, N. (tarih yok). #BlackLivesMatter: black celebrity hashtag activism and the discursive formation of a social movement. *Celebrity Studies*, 9(3), 391-408. doi:10.1080/19392397.2018.1440247

Elcessor, E. (2016). "One tweet to make so much noise": Connected celebrity activism in the case of Marlee Matlin. *New Media and Society*. doi:doi.org/10.1177/1461444816661551

Filibeli, T. E. (2018). Kullanıcı Türevli İçerik ve Yurttaş Medyası: Akdeniz İletişim Dergisi(29 özel sayı), 453-468. doi:10.31123/akil.456219

Fuchs, C. (2020). Sosyal Medya: Eleştirel Bir Giriş. (D. Saraçoğlu, & İ. Kalaycı, Çev.) İstanbul: NoteBene.

Fuqua, J. V. (2011). Brand Pitt: celebrity activism and the Make It Right Foundation in post-Katrina New Orleans. *Celebrity Studies*. doi:https://doi.org/10.1080/19392397.2011.574872

Gökaliler, E., ve Saatçioğlu, E. (2019). Dijital Aktivizmde Ünlüler: Ahabap Platformu Üzerine Bir Değerlendirme. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*(56), 87-117. doi:10.26650/CONNECTIST2019-0003

Gürel, E., ve Nazlı, A. (2019). Dijital Aktivizm: Change.org Kampanyaları Üzerine Bir Analiz. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(4), 187-206. doi: 10.18037/ausbd.668642

Huliaras, A., ve Tzifakis, N. (2010). Celebrity Activism in International Relations: In Search of a Framework for Analysis. *Global Society*, 24(2). doi:https://doi.org/10.1080/13600821003626567

Independent Türkçe: (2021) https://www.indytrk.com/node/396341/haber/manavgat-yang%C4%B1n%C4%B1-t%C3%BCrkiyede-ya%C5%9Fanm%C4%B1%C5%9F-en-b%C3%BCy%C3%BCk-yang%C4%B1n-felaketi-olarak-kay%C4%B1tlara adresinden alındı

Journo. (2021, eylül 11). www.journo.com: https://journo.com.tr/unluler-icin-gazetecilik

adresinden alındı

Kanılmaz, A. (2021). Kriz Dönemlerinde Liderlerin Twitter Kullanımı: Koronavirüs (Covid-19). Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 8(1), 3-27.

Kanılmaz, A. (2021). Kriz Dönemlerinde Liderlerin Twitter Kullanımı: Koronavirüs (Covid-19). Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 8(1), 3-27.

Kara, T. (2013). Sosyal Medya Endüstrisi. İstanbul: Beta.

Karagöz, K. (2018). Post-Truth Çağında Yayıncılığın Geleceği. TRT Akademi, 3(6), 678-708.

Morozov, E. (2008, ocak 13). Slideshare: <https://www.slideshare.net/evgeny.morozov/activism-and-new-media-introduction> adresinden alındı

Ntv.com:(2021) https://www.ntv.com.tr/galeri/turkiye/orman-yanginlari-uzaydan-goruntulendi-85-bin-futbol-sahasi-buyuklugunde-alan-yandi,BMqnr3bqSkSetgqllP-DTXg/IB5R2MkJkit4-dVD_pyEw adresinden alındı

Özbayraktar, T. (2018). Sosyal medya reklamlarında ünlü kullanımı. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.

Öztürk, Ş. (2015). Sosyal medyada etik sorunlar. Selçuk İletişim, 9(1), 287-311. doi:10.18094/si.57598

Pilehvarian, S. (2019, Eylül). Televizyon reklamlarında ünlü kişilerin kullanılmasının reklamın hatırlanması üzerindeki etkisi: Bir alan araştırması.Yüksek Lisans Tezi.Gazi Üniversitesi

Rizanaj, F. H. (2020). Yeni Medyada Gözetim ve Mahremiyetin Dönüşümü. Ankara: Gece Kitaplığı.

Soydan, E., ve Alpaslan, N. (2014). Medyanın doğal afetlerdeki işlevi. İstanbul Journal of Social Sciences(7), 52-64.

Şahinsoy, K. (2017). Kriz yönetimi açısından geleneksel ve sosyal medya. İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi, 9(4), 1-19.

Şimşek, V. (2018). Post-Truth ve Yeni Medya:. Global Media Journal, 8(16). https://global-mediajournaltr.yeditepe.edu.tr/sites/default/files/ogrenci_calismasi_volkan_simsek.pdf

Taş, O., ve Taş, T. (2018) Post-Hakikat Çağında Sosyal Medyada Yalan Haber ve Suriyeli Mülteciler Sorunu. Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi(29), 183-208. doi:DOL: 10.16878/gsuilet.500943

Taşkıran, E., ve Gençler Çelik, G. (2021, Haziran). İş yaşamında aktivizm: yöneticilerin aktivizme iş yaşamında aktivizm: yöneticilerin aktivizme yönelik görüşlerinin değerlendirilmesi . Journal of Research in Business, 6(1), 250-273. doi:10.29228/JRB.13

Teyit.org: (2021) <https://teyit.org/teyitpedia-yanginlar-sirasinda-yayilan-bes-yanlis-bilgi-turu> adresinden alındı

Turan, E. A. (2013). Yeni medya ortamlarında üre-tüketicilik ve katılım olgusu: Ekşi sözlük ve okan bayülgen'in talk show'unda etkileşim 56. Ankara. <http://dspace.baskent.edu.tr/handle/11727/2870>

Tüfekçi, Ş. (2014). Çok-Modlu Eleştiri Yöntemi ile Bir Karma-Metin Okuması: "Bize Kuş Dili Öğretildi. Monograf(2), 43-89.

Türk Dil Kurumu. (2021) <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı

Uğurlu AkbaŖ, Ö., ve Atalay, G. E. (2020). Geleneksel Kadınlık Rollerinin Sosyal Medyada Yeniden Üretimi: Kendine Yardım Temalı YouTube Kanallarına Yönelik Çok Modlu EleŖtirel Söylem Analizi. *Kültür ve İletifim*, 23(45), 58-86. doi:10.18691/kulturveiletisim.709724

Wikipedia:https://tr.wikipedia.org/wiki/2021_T%C3%BCrkiye_orman_yang%C4%B1nlar%C4%B1 adresinden alındı

Volcic, Z., & Erjavec, K. (2014). Transnational celebrity activism in Bosnia and Herzegovina: Local responses to Angelina Jolie's film *In the Land of Blood and Honey*. *European Journal of Cultural Studies*. doi:doi.org/10.1177/1367549414526728

Yegen, C. (2014). Bir Dijital Aktivizm Biçimi Olarak Slaktivizm. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletifim AraŖtırmaları Dergisi*, 4(2), 84 - 108.